

Настольный инструмент Web-аналитика



Сергей Трофимов

Именно статистика позволяет узнать, как идет рекламная кампания. Какие посетители забрели к вам случайно, а какие пришли целенаправленно? Кто он, ваш посетитель? Что ему интересно на сайте? Какую информацию ему нужно предоставить, чтобы он заходил на сайт снова и снова? На эти и другие вопросы ответит анализ статистики посещений. Он поможет решить, что еще предпринять, чтобы сделать ресурс интереснее и, конечно же, увеличить его посещаемость (правда, стоит заметить, что последние два утверждения могут быть совсем не связаны между собой, но это тема отдельного разговора).

Пути получения статистики

Какими же путями можно получить необходимую для анализа информацию? Есть несколько возможностей узнать, что интересно или не очень читателю на Web-сайте. Первое, что приходит в голову, — создать форму опроса, предложив посетителям отметить наиболее интересные темы, однако этот вариант не может служить достаточно точным отражением интересов вашей аудитории.

Формы такого рода используются на многих сайтах, но посетители отвечают на них неохотно — модемный доступ обычно не располагает к заполнению анкет. К тому же социологи утверждают, что такие опросы не могут дать правдивого результата. Таким образом, можно сделать вывод, что полностью полагаться на результаты анкетирования не стоит, хотя и упускать из вида такую возможность получения информации тоже нет причин.

«Статистика — количественный учет всякого рода массовых случаев, явлений».

С.И. Ожегов.
«Словарь русского языка».

Профессия Интернет-аналитика почетна и высокооплачиваема. Далеко не всем удается ею заниматься, но почувствовать себя хоть немного аналитиком может каждый. А для этого нужно всего лишь создать свой Web-сайт и начать использовать статистику посещений для анализа.

Анализ статистики используют многие серьезные Web-ресурсы для увеличения посещаемости и привлечения целевой аудитории. Есть много способов «раскрутки» сайта — от регистрации в различных каталогах, рейтингах и поисковых машинах до рекламы в средствах массовой информации. Многие из них, насколько я знаю, описаны на сайте ува-

жаемого мной Интернет-агентства **Pro-mo.Ru**. (Это агентство, основанное в 1997 г., стало первой компанией, специализирующейся на Интернет-рекламе в Рунете. — Прим. ред.)

Использование большинства методов «раскрутки» — это только первый шаг к вершинам рейтингов. Только после прихода первых посетителей начинается основная работа по сбору и накоплению информации, которая без анализа пропадает зря. Представьте только, что информация о посетителях вашего сайта собирается по крупицам двадцать четыре часа в сутки, семь дней в неделю и триста шестьдесят пять дней в году, и вы поймете, что позволить ей пропадать впустую — довольно сомнительное удовольствие.

Статистическая информация о вашем сетевом ресурсе необходима для главного — принятия управленческих решений, касающихся вашего сайта.

Следующим вариантом получения статистики я бы назвал сбор ее на самом сервере. Обычно хостинг-провайдеры ведут протоколы запросов отдельных страниц сервера, где также сохраняется информация о посетителях, и предоставляют эти файлы (т.н. логи) для анализа. Если быть до конца точным, то эта информация сохраняется при помощи настройки технических средств. Например, распространенный Web-сервер Apache можно настроить для создания протокола, в котором отражается процесс выдачи клиентским приложениям файлов с сервера.

Эти файлы достаточно трудны для ручного анализа по причине своей емкости. Если ваш сайт состоит из сотен страниц и к нему обращаются несколько посетителей одновременно, то в логе вы увидите сплошную мешанину из таких, например, записей:

```
[13/Jan/2002:12:40:25 +0300] "GET /qqq.gif HTTP/1.1" 200 4097 >
"http:// > www.sitename.ru/"
"Mozilla/4.0 (compatible; MSIE
5.0; Windows 98; DigExt)
```

Поэтому для анализа протоколов используются специальные программы. Бесплатные программы-анализаторы можно взять, например, на серверах www.analog.cx или www.mrunix.net/webalizer. Конечно, на вкус и цвет, как говорится, товарищей нет, и если у вас есть доступ к логам, то рано или поздно может возникнуть желание написать собственный анализатор. Однако предварительно, перед тем как затратить некоторое время на создание такой программы, советую обратиться к такому варианту получения статистических данных, как специализированные серверы статистики.

Сервер статистики собирает данные о посетителях вашего сайта в собственной базе при помощи специального кода. Этот код сам Web-мастер устанавливает на каждую страницу, по которой необходимо получать статистические данные. При регистрации на сервере статистики ресурсу присваивается идентификатор, который вставляется в стандартный скрипт (обычно на JavaScript),

предоставляемый Web-мастеру при регистрации. Он предназначен для сбора данных о посетителе и передачи их на специализированный сервер. При помощи программ, работающих на самом сервере статистики, данные, которые передаются со страниц, сохраняются для дальнейшей обработки.

С момента установки счетчика зарегистрированному пользователю становится доступна статистика по своему ресурсу. Часто такие серверы имеют и свой рейтинг, через который можно ознакомиться со статистикой других сайтов, что достаточно удобно, например, для принятия решения об обмене банерами. Многие серверы статистики, такие, например, как www.mail.ru, www.hotlog.ru, www.rambler.ru и др., предоставляют свою информацию совершенно бесплатно. Другие же, например www.spylog.ru, требуют за ее хранение и обработку определенную плату.

Какой путь получения статистики использовать?

Как мы уже рассмотрели, реальный анализ статистической информации возможен в двух вариантах — это анализ log-файлов и анализ статистики, собираемой специализированными серверами. Причем выбор между этими вариантами не всегда лежит на Web-мастере.

Когда я сделал свою первую HTML-страничку и разместил ее у провайдера GlasNet (сейчас уже не помню, в каком году это было), мне очень хотелось узнать о количестве посетителей, которые посмотрели на мой «шедевр». Тогда с этим были некоторые трудности. Сейчас же создать счетчик посещений для отдельной страницы или сайта целиком не составляет никакого труда. Если у вашего хостинг-провайдера есть возможности запуска на сервере программ, написанных, например, на Perl или PHP, то создать такой счетчик

Распределение операционных систем (всего): 2481

Тип	Кол-во	Среднее в день	Процент в группе
Windows 98	1269	60.43	51.15%
Windows 2000	657	31.29	26.48%
Windows XP	251	11.95	10.12%
Windows NT	177	8.43	7.13%
Windows 95	79	3.76	3.18%
Other	30	1.43	1.21%
Windows ME	8	0.38	0.32%
Linux	6	0.29	0.24%
Macintosh	2	0.10	0.08%
FreeBSD	1	0.05	0.04%
OS/2	1	0.05	0.04%



Сбор Интернет-статистики позволяет узнать различные предпочтения пользователей

самостоятельно или применить готовый код — пара пустяков.

Трудность состоит в том, что некоторые провайдеры не предоставляют возможности запуска программ на сервере, и при этом, скорее всего, отсутствует доступ и к log-файлам сервера. Подобное не редкость при использовании сервера бесплатного хостинга. В этой ситуации выбор у Web-мастера небольшой. В любом случае, когда использование анализа только планируется, имеет смысл изучить возможности, предоставляемые серверами статистики, для принятия решения о создании нового отчета или использовании уже готового.

Направления анализа

Анализ посещаемости можно проводить в нескольких направлениях и, соответственно, использовать несколько групп отчетов, которые в большей или в меньшей степени представлены на серверах статистики. Можно выделить следующие достаточно объемные направления анализа:

- география аудитории;
- активность и интерес аудитории;
- технические и программные средства, используемые для доступа.

Анализ аудитории позволяет оценить величину постоянного интереса посетителей к вашему ресурсу. Если на сайте

есть что почитать, есть с кем пообщаться, то посетители будут заглядывать на него не один раз. Этот вид статистики позволяет оценить работы, проводимые по привлечению целевой и постоянной аудитории. Анализ активности аудитории дает возможность оценить посещаемость вашего ресурса, какие разделы интересуют посетителей больше или меньше всего, каким путем они попадают на Web-сайт, как перемещаются и с каких страниц уходят. Этот вид анализа помогает принимать соответствующие решения для развития ресурса. Анализ технических и программных средств, используемых для доступа, необходим для выяснения возможностей и настроек программно-аппаратного обеспечения, используемого вашими посетителями (операционные системы, браузеры, разрешения экрана), что позволяет соответствующим образом оптимизировать вид вашего ресурса. По большому счету, вся информация, которая необходима для принятия решений по развитию сайта, сосредотачивается именно в этих областях.

Внимательно изучаем аудиторию

Анализ аудитории также позволяет ответить на вопросы о том, сколько постоянных посетителей посещает ваш ресурс, в каких географических регио-

нах они находятся, каково соотношение между старыми и новыми посетителями и т.д. Если новых посетителей значительно больше, чем постоянных, то стоит задуматься, чем привлечь посетителя в следующий раз. Возможно, необходимо чаще обновлять информацию или добавить больше объемных статей, которые трудно прочитать зараз. Это заставит посетителей приходить к вам еще и еще, пока все статьи не будут прочитаны. Важно знать, сколько в среднем времени проходит между посещениями, это позволит точнее прогнозировать обновление материалов и планировать различные акции по привлечению посетителей.

Если значительная доля посетителей приходит из определенного региона, то для того, чтобы повысить их интерес к ресурсу, возможно, необходимо включить информацию, новости, обзоры, статьи, посвященные конкретному региону или стране. Также можно подумать о дополнительных зеркалах на других языках или в другой кодировке. Это даст возможность читателям из другого географического региона чувствовать себя на вашем сайте комфортно. Наконец, если одновременно ваш ресурс посещает достаточное количество читателей, то, возможно, пора подумать о собственном чате и форуме для посетителей, что еще больше поднимет интерес к ресурсу. Пускай посетители развлекаются самостоятельно...

Анализ активности аудитории

Активность аудитории можно рассматривать с различных точек зрения — в зависимости от поставленных перед аналитиком целей. Основной целью для большинства сетевых ресурсов будет привлечение максимального количества пользователей и удержание их внимания на достаточно продолжительное время, чтобы посетитель смог подробно ознако-

миться с документами, представленными на вашем ресурсе. Одним из важных показателей внимательности аудитории будет соотношение «посетитель/хит». Если такое соотношение мало (один к одному, один к двум), то большинство посетителей не находят на сайте того, чего искали, и, едва ознакомившись с первой страницей, бегут прочь, что требует немедленного, практически хирургического вмешательства.

Один раз я видел соотношение один к сорока и был сильно удивлен: скорее всего, здесь имеет место накрутка трафика, поскольку реально получить такую цифру с учетом случайных посетителей практически невозможно. Нормальное же соотношение «посетитель/хит» будет где-то один к пяти — семи.

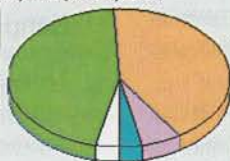
Причины малого соотношения «посетитель/хит» могут быть различными. Например, на сайте, который состоит из одной-единственной страницы, посетителю, собственно, и смотреть-то нечего. Или другая причина — несоответствие ключевых слов и описаний содержанию сайта. В этом случае посетитель, придя из поисковой машины или нажав рекламный банер, сразу осознает, что попал сюда случайно, и немедленно нажимает кнопку Back в своем браузере. И в том, и в другом случае необходимо немедленное вмешательство, поскольку привлекается нецелевая аудитория, или можно сказать, что целевая аудитория теряется.

Другим важным направлением анализа активности посетителей будет изучение путей перемещения по сайту. Важно выяснить, откуда посетители приходят, на какие страницы, в каком порядке их просматривают и с каких страниц уходят. Важный показатель для анализа и дальнейшего развития ресурса — это пути привлечения посетителей на сайт. Приходит ли большинство посетителей через поисковые системы или каталоги и рейтинги? Или, может быть, ваша банерная реклама дает неплохой приток посетителей и необходимо увеличить ее финансирование?

Пути перемещения по сайту покажут связанные темы и удобство навигации;

Распределение разрешений экрана (всего): 2437

Разрешение	Кол-во	Среднее в день	Процент в группе
1024x768	1122	53.43	46.04%
800x600	1011	48.14	41.49%
1152x864	142	6.76	5.83%
1280x1024	83	3.95	3.41%
640x480	39	1.86	1.60%
1280x960	14	0.67	0.57%
960x720	7	0.33	0.29%
1600x1200	5	0.24	0.21%
2048x768	3	0.14	0.12%
0x0	2	0.10	0.08%
1400x1050	2	0.10	0.08%
2560x1024	2	0.10	0.08%
1280x768	1	0.05	0.04%
1920x1440	1	0.05	0.04%
2304x1024	1	0.05	0.04%
720x576	1	0.05	0.04%
800x553	1	0.05	0.04%



Статистическая информация о посетителях сайтов отображается в табличном и графическом видах

возможно, в этом направлении также нужно еще поработать. Если есть страницы, с которых значительное количество посетителей уходит, то нужно поставить на этих страницах больше ссылок на другие разделы сайта или убрать несколько слишком привлекательных баннеров.

Если есть важные, по вашему мнению, страницы, которые имеют низкую посещаемость, поставьте на них ссылки с других разделов сайта — возможно, посетители просто не могут до них добраться из-за несовершенства системы навигации.

Анализ технических и программных средств

Вспомним, что посетители используют различные операционные системы, браузеры и нестандартные разрешения экрана. Вы никак не можете повлиять на предпочтения аудитории пользоваться той или иной программой для доступа к вашему

ресурсу. Анализ того, как выглядит ваш сайт для большинства посетителей, дает вам повод для размышления.

Вы активно используете новейшие возможности своего любимого браузера и работаете за 21-дюймовым монитором? А как выглядит ваш сайт на компьютере стандартной конфигурации с «семнашкой» не первой молодости? И какая конфигурация является стандартной для большинства посетителей? Анализ ответов на эти вопросы приведет вас к необходимости знать, какая операционная система установлена у большинства посетителей, используют ли они JavaScript, cookies, Java и Flash, какое предпочитают разрешение экрана, какую глубину цвета и т.д.

Как будут чувствовать себя на вашем сайте посетители, браузер которых не поддерживает DHTML или отключен вывод графики? Составляют ли они значительную долю вашей аудитории? Как выглядят ваши бесподобные JPEG-иллюстрации для посетителей, предпочи-

тающих небольшую глубину цвета на экране монитора (или вынужденных использовать такие режимы работы дисплея)? Сколько постоянных посетителей вы потеряли именно по этой причине? Если ваш ресурс не посвящен новейшим изыскам в области компьютерного дизайна, то, возможно, вам нужно несколько умерить свои аппетиты по использованию последних модных наворотов в пользу чего-либо более простого и информативного.

* * *

В заключение отмечу, что практически неважно, как вы получаете доступ к статистической информации, важно то, как вы используете эти данные. Если они помогают вам принимать решения по управлению вашим ресурсом, то это именно то, чего необходимо ожидать от статистики. Только при помощи вдумчивого анализа полученной информации и можно достичь грамотного управления Web-сайтом. **HS**

НЕОГРАНИЧЕННЫЙ ТРАФИК СПЕЦИАЛЬНЫЕ ЦЕНЫ НА Dial-Up ПОДДЕРЖКА WAP-ПРОТОКОЛА

опорная сеть 1 Гбит/с
круглосуточная техническая поддержка
любые объемы дискового пространства
все возможности хостинга
постоянным клиентам-скидки!

Регистрация доменных имен в зонах
.com, .org, .net, .ru, .info, .biz

При оплате услуг хостинга на 6 месяцев
домен в любой зоне - **бесплатно!**



ZENON N.S.P.
www.zenon.net
www.host.ru

ЛУЧШИЙ ХОСТИНГ В РОССИИ
НОВЫЕ ТАРИФЫ!
с 20.11.2001

Экономный \$6*

50 Мб дискового пространства
неограниченное количество e-mail адресов
CGI-скрипты, SSI NoExec

Деловой \$22*

150 Мб дискового пространства
30 почтовых ящиков, 5 листов рассылки
CGI-каталог, SSI, PHP4, MySQL

Профессионал \$38*

200 Мб дискового пространства
50 почтовых ящиков, 5 листов рассылки
MySQL, PostgreSQL, Java servlets
mod_Perl, mod_PHP, gcc
*при оплате за 3 месяца, все налоги включены

**БЕСПЛАТНАЯ
РЕГИСТРАЦИЯ
НА ХОСТИНГ
ДО 31 ИЮЛЯ 2002!**

тел.: (095) 956-1380
тел.: (812) 326-4469
e-mail: hosting@zenon.net